

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Berdasarkan jenis penelitian diatas, tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tertinggi jika dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif (Sugiyono 1999: 11). Dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan dua variabel yaitu variabel independen citra merek (X) yang terdiri dari citra produk (X1), citra konsumen (X2), citra perusahaan (X3) dan variabel dependen keputusan membeli (Y).

#### **B. Sumber Data**

Pada penelitian ini data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Ronny (2007: 182), “data primer merupakan sumber data penelitian yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber utamanya”. Sedangkan data sekunder menurut Ronny (2007: 178-179) merupakan “sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)”.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2007: 135) Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis responden untuk dijawabnya. Pengukuran kuesioner menggunakan skala likert. Skala pengukuran yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Kinnear (1988) dalam Umar (2002: 98), skala likert berhubungan terhadap sesuatu, yaitu:

Alternatif pertanyaannya, misalnya dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas atau baik sampai tidak baik. Responden diminta mengisi pertanyaan dalam skala interval berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu, bisa 5, 7 dan seterusnya (hendaknya ganjil, agar dapat menampung kategori yang netral) atau memasukkan kategori “tidak tahu”.

Peneliti menggunakan skala likert karena skala ini menjabarkan nilai-nilai dari positif ke negatif yang disini penjelasan apabila konsumen merespon tidak setuju maka nilai pernyataan tersebut dapat digolongkan negatif, sebagai contoh peneliti menggunakan lima tingkatan skor diantaranya skor tertinggi yaitu 5, dan terendah yaitu 1. Skor 5 menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju terhadap pernyataan yang ada pada lembar kuesioner yang diberikan, skor 4 menunjukkan konsumen setuju dengan pernyataan tersebut. Kemudian skor 3 menunjukkan konsumen lebih memilih jawaban netral atau ragu-ragu terhadap pernyataan tersebut, sedangkan skor 2 menunjukkan konsumen menjawab tidak setuju, dan skor 1 menunjukkan konsumen sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Berdasarkan penskalaan nilai diatas maka dapat kita lihat terdapat tiga kategori jawaban diantaranya kategori jawaban positif, kategori jawaban netral dan kategori jawaban negatif. Selain itu

konsumen diberi kesempatan untuk memilih jawaban spesifiknya diantara jawaban positif dan negatif, misalnya untuk jawaban positif yaitu sangat setuju dan setuju. Prosedur penyebaran kuesioner yaitu memberikan secara langsung kepada para responden kemudian peneliti terlibat langsung ke lokasi penelitian (pengguna sepeda motor merek Honda masyarakat kelurahan Rawa Laut Bandar Lampung) untuk memberikan kuesioner konsumen yang memiliki serta menggunakan sepeda motor merek Honda

#### **D. Objek dan Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan objek berupa citra merek terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor merek Honda. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan rawa laut yang menggunakan sepeda motor merek Honda.

#### **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 2005: 126). Adapun yang menjadi definisi operasional penelitian ini adalah:

**Tabel 3. Tentang definisi operasional penelitian**

Variabel	Sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Item
Citra Merek (X)	Citra Produk (X1)	Bilson Simamora ( <a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Brand">http://en.wikipedia.org/wiki/Brand</a> ) mendefinisikan, citra produk sebagai sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk.	- Atribut produk - Manfaat konsumen	1 s/d 5
	Citra Konsumen (X2)	Bilson Simamora ( <a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Brand">http://en.wikipedia.org/wiki/Brand</a> ) Sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa.	- Gaya hidup/ kepribadian - Status sosial	6 s/d 10
	Citra Perusahaan (X3)	Bilson Simamora ( <a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Brand">http://en.wikipedia.org/wiki/Brand</a> ) Kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan dimata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya.	- Popularitas - Kredibilitas (kepercayaan)	11s/d15
Keputusan pembelian (Y)		Menurut Peter dan Olson (1999: 163) Pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.	- Pengenalan masalah - Pencarian informasi - Evaluasi alternatif - Keputusan pembelian - Perilaku pasca pembelian	16s/d20

## **F. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2009: 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor merek Honda yang bertempat tinggal di kelurahan Rawa Laut Bandar Lampung.

### **2 Sampel**

#### **a. Besar Sampel**

Menurut Sugiyono (2009: 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini tidak terbatas, oleh karena itu penentuan besarnya sampel menurut Roscoe 1975 dalam Ferdinand (2006: 191) yang menyatakan besarnya sampel dapat ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Sehingga, besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 75 sampel responden.

#### **b. Teknik Sampling**

Menurut Wibisono (2000: 34) teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan mendapatkan informasi dari anggota populasi yang sewaktu-waktu tersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.

## G. Teknik Pengujian Instrumen

### 1. Pengujian Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya sebuah alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Co-efficient of Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum Xi Yi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2 (n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Sumber: Supranto, 2000: 153

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi antara Xi dan Yi

$Xi$  =  $\Sigma$  Skor dari masing-masing variabel (faktor yang mempengaruhi)

$Yi$  =  $\Sigma$  Skor dari seluruh variabel (skor total)

$n$  = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuesioner valid
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka kuesioner tidak valid

Validitas dalam penelitian ini terdiri dari validitas variabel citra merek (X) dan validitas variabel keputusan pembelian (Y). Validitas instrumen pada variabel citra merek terdiri dari 15 item pertanyaan dan validitas pada variabel keputusan pembelian terdiri dari 5 item pertanyaan. Berikut hasil uji validitas variabel X dan variabel Y :

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas 75 Sampel**

<b>No Item</b>	<b>Nilai r Hitung</b>	<b>Nilai r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,453	0,227	Valid
2	0,597	0,227	Valid
3	0,660	0,227	Valid
4	0,494	0,227	Valid
5	0,716	0,227	Valid
6	0,574	0,227	Valid
7	0,600	0,227	Valid
8	0,563	0,227	Valid
9	0,544	0,227	Valid
10	0,692	0,227	Valid
11	0,546	0,227	Valid
12	0,661	0,227	Valid
13	0,704	0,227	Valid
14	0,606	0,227	Valid
15	0,514	0,227	Valid
16	0,582	0,227	Valid
17	0,646	0,227	Valid
18	0,617	0,227	Valid
19	0,639	0,227	Valid
20	0,575	0,227	Valid

**Sumber: Data Diolah 2010**

Berdasarkan hasil perhitungan validitas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel sehingga seluruh item pernyataan dapat digunakan dalam rangka pengumpulan data.

## 2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan alat ukur (kuesioner). Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Cara mengukurnya dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum \alpha b^2}{\alpha t^2}$$

Keterangan :

$r_{ii}$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \alpha b^2$  =  $\Sigma$  Varians butir pertanyaan

$\alpha t^2$  = Varians Total

Dengan rumus varians yaitu :

$$\sum \alpha b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$



Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi  $r$  untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau tidak reliabel. Nilai interpretasi reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5. Interpretasi Nilai  $r$**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,00	Sangat Kuat
Antara 0,600 – 0,800	Kuat
Antara 0,400 – 0,600	Sedang
Antara 0,200 – 0,400	Rendah
Antara 0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (1999: 183)

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas 75 Sampel**

Variabel	Alpha	$r$ Tabel	Keterangan
X1	0,531	0,227	Kuat
X2	0,534	0,227	Sedang
X3	0,547	0,227	Sedang
Y	0,581	0,227	Kuat

Sumber: Data Diolah 2010

## H. Teknik Pengolahan Data

Menurut Nazir (2005: 346) teknik pengolahan data terdiri dari :

### 1. Editing

Sebelum data diolah, data tersebut perlu diedit terlebih dahulu. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengedit data:

1. Apakah data sudah lengkap dan sempurna?
2. Apakah data sudah cukup jelas tulisannya untuk dapat dibaca?
3. Apakah semua catatan dapat dipahami?
4. Apakah semua data sudah cukup konsisten?
5. Apakah data cukup uniform?
6. Apakah ada responsi yang tidak sesuai?

## 2. Coding (mengkodekan data)

Data yang dikumpulkan dapat berupa angka kalimat pendek atau panjang, ataupun hanya "ya" atau "tidak". Pemberian kode pada kepada jawaban sangat penting artinya, jika pengolahan data dilakukan dengan komputer, maka mengkode jawaban adalah menaruh angka pada tiap jawaban.

## 3. Tabulasi

Membuat tabulasi termasuk dalam kerja memproses data. Membuat tabulasi tidak lain adalah memasukkan data ke dalam tabel-tabel, dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam beberapa kategori.

### I. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Gujarati, 2003: 102). Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* adalah:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b) Jika data menyebar jauh dan garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2000: 214).

### **b. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi yaitu terjadinya korelasi (hubungan) diantara anggota-anggota sampel pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah disetiap model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi autokorelasi dalam suatu model regresi, digunakan *Durbin-Watson test* dengan angka signifikan pada 0,05. Jika nilai DW terletak diantara  $du$  dan  $4-du$  ( $du < DW < 4-du$ ), maka autokorelasi sama dengan nol dan dapat diartikan tidak ada autokorelasi (Gujarati, 2003: 420).

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan-pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model

regresi yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* (Santoso, 2000: 210). Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **d. Uji Multikolinearitas (*Collinearity Statistic*)**

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Gujarati, 2003: 328). Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk melihat apakah ada multikolinearitas dalam penelitian ini, maka akan dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah:

- a) Mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1.
- b) Mempunyai angka *tolerance* mendekati 1.

## **2. Uji R<sup>2</sup>**

Langkah awal yang ditemukan pada analisis regresi adalah koefisien korelasi yang menunjukkan korelasi/hubungan antara variabel dependen dengan variabel independennya. Interpretasi dari nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 4 di

atas. Uji  $R^2$  (koefisien determinasi) digunakan untuk menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Nurgiyantoro, 2000: 264).  $R^2$  dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

### 3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan :

$R^2$  = koefisien korelasi ganda

N = Jumlah sampel

m = jumlah prediktor

(Sugiyono, 2007: 218)

Hipotesis yang diajukan adalah

Ho : Citra produk, Citra konsumen, Citra perusahaan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan pada keputusan membeli konsumen.

Ha : Citra produk, Citra konsumen, Citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada keputusan membeli konsumen.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5%, derajat bebas pembilang  $df1=(k-1)$  dan derajat bebas penyebut  $df2=(n-k)$ ,  $k$  merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan  $n$  merupakan jumlah pengamatan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a) - Jika  $F_{hit} < F_{tab}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika  $F_{hit} > F_{tab}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b) - Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen.

Hipotesis yang diajukan adalah:

- $H_0$  : Koefisien regresi tidak signifikan.
- $H_a$  : Koefisien regresi signifikan.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan  $\alpha/2 = 0,025\%$  dengan  $df=(n-k-1)$ .

Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika  $t_{hit} < t_{tab}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika  $t_{hit} > t_{tab}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- a. Jika probabilitas  $> 0,025$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika probabilitas  $< 0,025$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Selanjutnya untuk menganalisis apakah ada hubungan variabel, digunakan Analisis Regresi Linier Berganda melalui program SPSS 16.0. Model Analisis regresi menurut Sugiyono (2007: 221) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + et \text{ dimana :}$$

a = Nilai Intercept (konstanta)

$X_1$  = Citra produk

$X_2$  = Citra Konsumen

$X_3$  = Citra perusahaan

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi

et = disturbance term

Y = Keputusan pembelian

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah di mana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah di mana  $H_0$  diterima.